

Solta a carta, tigrinho: uma análise do impacto dos influenciadores digitais na epidemia do vício em apostas no Brasil.

Jehnnnyfer Borges DAMASCENO¹

Marcela Costa da Cunha CHACEL²

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Resumo: Este artigo analisa a intersecção entre a vulnerabilidade socioeconômica e o fenômeno dos jogos de azar online no Brasil, contextualizando-a no âmbito do capitalismo de vigilância e da economia da atenção. O objetivo principal é investigar como influenciadores digitais, a exemplo de Virgínia Fonseca, atuam na promoção dessas plataformas, explorando a "ralé estrutural", conceito de Jessé Souza. Para isso, a metodologia empregada consistiu em um estudo de caso de Virgínia Fonseca, complementado pela revisão bibliográfica sobre os conceitos de desigualdade social, meritocracia e influência digital, bem como a análise de dados secundários de relatórios do Banco Central (2024) e da pesquisa Serasa/Opinion Box (2024). Desenvolveu-se, ainda, uma "Gambling Persona" autoral, baseada nos perfis identificados, para humanizar os dados e ilustrar a realidade do público-alvo.

Palavra-chave: jogos de azar; tigrinho; CPI das bets; influenciadores digitais; Virgínia Fonseca

Introdução

O cenário digital contemporâneo transformou radicalmente as dinâmicas sociais e econômicas, inaugurando a era do capitalismo de vigilância e da economia da atenção. Nesse contexto, a atenção se torna a moeda mais valiosa, e plataformas de entretenimento, como as dos jogos de azar online, prosperam ao capitalizá-la. No Brasil, a crescente popularidade dessas modalidades de aposta levanta questões sobre seus impactos sociais, especialmente para as parcelas mais vulneráveis da população. O envolvimento com jogos online pode evoluir para o que a Organização Mundial da Saúde (OMS) classifica como jogo patológico (ou transtorno do jogo), uma condição reconhecida por padrões de comportamento persistentes e

¹ Estudante de Graduação, 7º Semestre, do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. e-mail: jehnnnyfer.damasceno.014@ufrn.edu.br.

² Professora do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. email: marcela.cunha@ufrn.br

recorrentes que resultam em prejuízos significativos nas esferas pessoal, familiar, social, educacional e ocupacional.³

A relevância deste debate ganhou ainda mais visibilidade com a instalação da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das Bets⁴, que, em 2025, colocou em xeque a atuação das plataformas de apostas e seus promotores. A convocação de personalidades de grande alcance, como a influenciadora digital Virgínia Fonseca, ressaltou a dimensão do problema e a forma como figuras de influência podem ser instrumentalizadas para atingir públicos específicos. Por sua significativa projeção e pelo modelo de comunicação que adota, Virgínia Fonseca será a peça central de estudo desta pesquisa, servindo como um caso exemplar para compreender o impacto dos influenciadores digitais como formadores de opinião na disseminação e popularização dos jogos de azar online entre a população mais vulnerável.

Quer dançar? O Tigrinho vai te ensinar.

As produções midiáticas relativas aos jogos de azar no Brasil estão associadas a um percurso histórico que sempre caminhou entre o popular e o clandestino. Desde o período colonial, com o advento do famoso “Jogo do Bicho” no século XIX, até a proibição dos cassinos em 1946, as apostas sempre encontraram seu lugar na sociedade brasileira. Contudo, foi a partir de uma brecha na regulamentação das apostas esportivas de quota fixa, iniciada em 2018, que se abriu um precedente importante para o cenário atual: cassinos virtuais, como o “tigrinho”, pareciam ter encontrado sua própria “Era de Ouro”¹. Em um viés atual, a lógica capitalismo de vigilância reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para a tradução em dados comportamentais que antecipam o que um determinado indivíduo faria agora, daqui a pouco e mais tarde, capturando vozes, personalidade e emoções (ZUBOFF, 2019, p. 22-23). Assim, o jogador, que agora pode apostar qualquer valor, de qualquer lugar e a

³ DELLA BARBA, Mariana. Vício em jogo cresce no Brasil e pode até levar à falência. Terra, [S. l.], 23 abr. 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/vicio-em-jogo-cresce-no-brasil-e-pode-ate-levar-a-falencia,a410b2519a57e88ec9af93880ac10867bj5md2mu.html>. Acesso em: 12 jun. 2025.

⁴ CPI das Bets: entenda o caso que levou a influenciadora Virgínia a depor no Congresso. Investalk BB, [S. l.], 10 mai. 2025. Disponível em: <https://investalk.bb.com.br/noticias/mercado/cpi-das-bets-entenda-o-caso-que-levou-a-influenciadora-virginia-a-depor-no-congresso>. Acesso em: 12 jun. 2025.

qualquer momento, é, ainda, exposto à divulgação em massa por influenciadores e a estímulos visuais dos próprios aplicativos, projetados para fazê-lo esperar ansiosamente pelo próximo “grande ganho”. É desta forma que cada pilar serve de alicerce para o grande Império da epidemia do vício em apostas no Brasil, que tem gerado lucros bilionários para as plataformas e prejuízos irreversíveis a famílias brasileiras.

Legislação

Para fins de análise legislativa, este estudo se debruça sobre a **Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023**⁵, com especial atenção à proteção do apostador na modalidade de canal eletrônico, definido como a plataforma, site ou aplicativo sob administração do agente operador, que viabiliza a aposta virtual em jogo *on-line*. A título de exemplificação, jogos como *Fortune Tiger*, *Fortune Oax*, *Fortune Mouse*, entre outros, são jogos que têm resultados baseado em evento futuro aleatório, gerados por números, símbolos, figuras ou objetos.

Apesar da referida lei estabelecer uma estrutura regulatória detalhada, a prática mercadológica vai de encontro às solicitações legais. A legislação exige dos agentes operadores a implementação de políticas cruciais, abrangendo, mas sem se limitar a:

- Atendimento e ouvidoria a apostadores;
- Jogo responsável e prevenção aos transtornos de jogo patológico
- Integridade de apostas e prevenção à manipulação de resultados e outras fraudes

Em contrapartida, a realidade mostra uma face frágil dessas solicitações judiciais: relatos na plataforma **Reclame Aqui** ilustram, de maneira vívida, diversas queixas de apostadores em várias regiões do Brasil. Estas reclamações, marcadas no site como “não resolvidas”, compõem uma

⁵ BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa; altera as Leis nºs 5.768, de 20 de dezembro de 1971, 13.756, de 12 de dezembro de 2018, e a Medida Provisória nº 2.158-35, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 29 dez. 2023. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/L14790.html

denúncia uníssona sobre o não cumprimento das requisições legais. Alguns desses depoimentos podem ser observados nas Figuras a seguir:

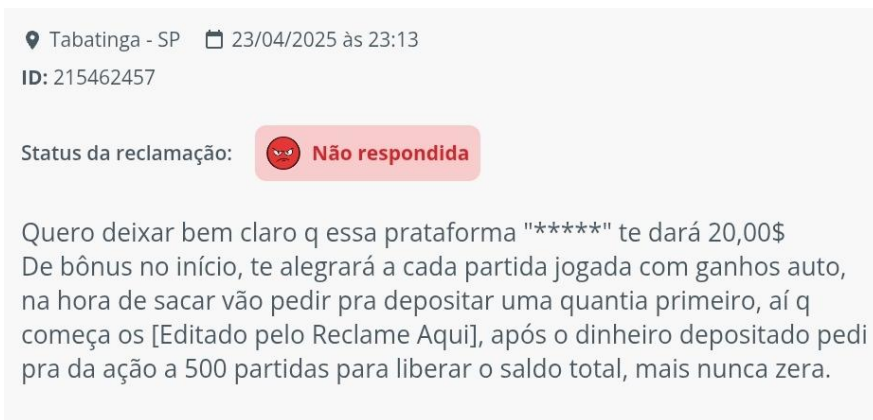


Figura 1: Exemplo de reclamação sobre bloqueio de saque no Jogo do Tigrinho. Fonte: Reclame Aqui (2025).

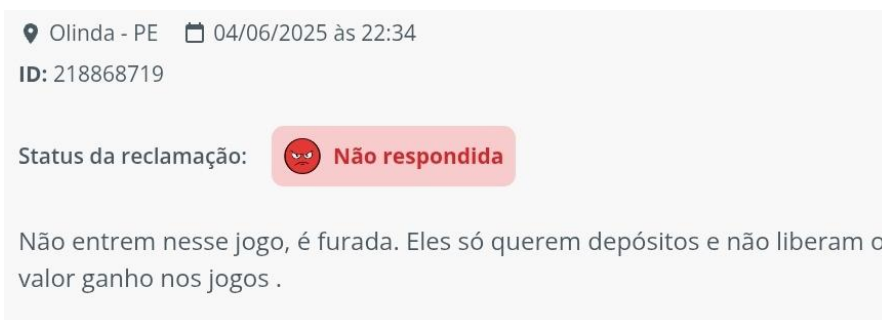


Figura 2: Exemplo de reclamação sobre bloqueio de saque no Jogo do Tigrinho. Fonte: Reclame Aqui (2025).

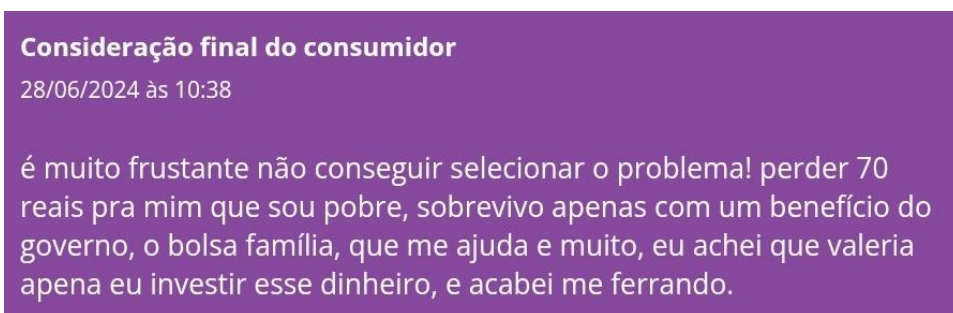


Figura 3: Exemplo de reclamação sobre bloqueio de saque no Jogo do Tigrinho. Fonte: Reclame Aqui (2025).

A ineficácia na aplicação dessas normativas passeia na lógica da economia da atenção no ciberespaço, já o desafio central nesse ambiente é "atrair, canalizar, estabilizar a atenção". Assim, a melhor forma de prospectar a atenção em um mercado tão livre e aberto quanto o virtual é "prestar serviço, escutar exatamente o que querem as pessoas – sonhos, amor, jogos, saber,

mercadorias de todos os tipos – e dar isso a elas. Senão, elas irão para outro lugar, muito rápido, num só clique" (LÉVY *apud* PARENTE, 2010).

Nesse contexto, as empresas de jogos online, pouco intimidadas pela legislação, priorizam a captura e retenção da atenção dos usuários acima do cumprimento das exigências regulatórias. Elas operam conforme a lógica da economia da atenção, buscando maximizar o engajamento sem se preocupar devidamente com os impactos sociais ou com a prevenção ao vício. Essa dinâmica do mercado influencia diretamente as estratégias de comunicação e marketing, que também estão na letra da Lei e que são constantemente desafiadas na prática.

De tal modo, a Seção II, que versa sobre publicidade e propaganda, além de incentivar a autorregulação, determina a veiculação de avisos desestímulo ao jogo e de advertência sobre seus malefícios (algo semelhante aos avisos presentes no verso de maços de cigarro). Além disso, proíbe expressamente afirmações infundadas sobre probabilidades ou ganhos e a apresentação da aposta como socialmente atraente, sendo vetado o uso de personalidades ou celebridades que sugiram que o jogo contribui para o êxito pessoal ou social.

Contrariando essas diretrizes, o cenário atual, palco de grande discussão na CPI das Bets, é de intensa e desregulada publicidade. Não raro, o usuário é impactado por figuras de grande alcance, neste estudo de caso representadas pela influenciadora Virgínia Fonseca, estampando campanhas ou veiculando publicidades em seus *stories*, sugerindo que o jogo pode contribuir para um estilo de vida semelhante ao retratado. Essa dicotomia entre o que está expresso em lei e a realidade das campanhas de *marketing* expõe a fragilidade da fiscalização.

“Eu vou botar você na mão”: Quem consome o Tigrinho?

2.1 - Uma discussão sobre classe

A narrativa repetida nos debates políticos e reproduzida nos mais diversos meios de comunicação de que os problemas sociais brasileiros são “conhecidos” e “mapeados” dá notícia de que a violência simbólica direcionada às classes mais vulneráveis é abafada em uma tentativa de legitimar a desigualdade. A ideia de que essa desigualdade é puramente uma continuidade do passado oculta o fato de que ela é reproduzida diariamente por mecanismos modernos. (SOUZA, 2009)

Nesse contexto, emerge a ideia de uma "igualdade de oportunidades" no mundo moderno, que, na lógica meritocrática que faz todo o sentido para o mercado, concilia as demandas por igualdade e liberdade. Quando essa narrativa é socialmente aceita no senso comum, não são raros os discursos que culpam os indivíduos que estão à margem da sociedade pela realidade em que vivem.

É nesse cenário de profunda injustiça e desigualdade social, mascarado pela ideologia meritocrática que a classe social mais vulnerável encontra nas casas de apostas *on-line* um meio, ainda que ilusório e perigoso, para tentar sair da situação de abandono social. Este panorama se faz extremamente necessário para compreender os dados a seguir, que evidenciam qual é o principal público-alvo do *Tigrinho*.

2.3 - Dados

Nesse viés, dados de uma análise técnica do Banco Central (BC) de 2024, focada nas transações via Pix revelam que, apenas no mês de agosto, os beneficiários do Bolsa Família que realizaram apostas esportivas online gastaram R\$ 3 bilhões em bets por esse meio de pagamento. Esse montante representa um impacto significativo, correspondendo a 20% do valor total repassado pelo programa no mesmo mês. Além disso, uma pesquisa realizada em outubro de 2024 pela Serasa em parceria com o Instituto Opinion Box revela uma correlação direta entre a inadimplência e as apostas *on-line*. Segundo o estudo, 44% dos inadimplentes que já apostaram o fizeram com o objetivo de quitar suas dívidas.

O conceito de buyer persona, comum no universo do marketing, foi proposto pelo designer Allan Cooper, com o objetivo de criar um perfil que sintetize as principais características dos clientes para que uma marca consiga elaborar estratégias alinhadas ao seu público e capazes de atender às suas demandas. Para a sua criação, é essencial pesquisar profundamente: quem são os clientes, com o que trabalham, qual é a sua rotina, como se informam e quais são suas maiores necessidades. Para ir além da lógica comercial investigar as complexidades por trás do fenômeno do jogo online na população vulnerável, este estudo propõe a criação de uma "Gambling Persona". Diferente da buyer persona que foca nas características do consumidor ideal para impulsionar vendas, a "Gambling Persona" busca ilustrar as vulnerabilidades, motivações e a realidade social do apostador, representando, de forma didática, os dados dos contidos nos estudos do Banco Central e da Serasa/Opinion Box anteriormente apresentados.



Figura 4 – Proposta metodológica autoral: Gambling Persona "Raíssa Silva"

A elaboração da Gambling Persona, embora não seja capaz de englobar a pluralidade e a complexidade de todas as pessoas que são impactadas pelos jogos de azar online, serve como uma base fundamental para compreender as motivações e vulnerabilidade desses indivíduos. Ao dar um "rosto" aos dados e teorias, essa persona facilita a análise do papel desempenhado pelos

influenciadores digitais e elucida por que eles são escolhidos para divulgar as plataformas de apostas, explorando justamente as aspirações e fragilidades representadas pela personagem fictícia Raíssa Silva.

O “Bonde do Tigrinho”: os influenciadores, como Virgínia Fonseca, e seu papel na proliferação da epidemia do vício em apostas no Brasil

Na era das redes sociais, a lógica que rege a atuação dos influenciadores está ligada à capacidade de capturar e monetizar a atenção dos usuários. Nesse cenário, onde engajamento se traduz em capital, e a proximidade (muitas vezes ilusória) com a audiência é convertida em poder de persuasão, as casas de apostas encontram rostos para estampar uma falsa sensação de transformação de vida por meio dos jogos.

É dentro desse contexto que se insere a figura de Virgínia Fonseca, um dos maiores fenômenos digitais brasileiros. Principal foco de estudo da presente pesquisa e recentemente investigada na CPI das Bets, a influenciadora tem uma história de origem humilde que encaixa perfeitamente com a narrativa de herói que, há tempos, funciona como estratégia de marketing. Anos depois, alcançando o sucesso com a produção de conteúdo, atualmente a influenciadora já acumula mais de 52 milhões de seguidores (sendo algumas centenas de milhares recém-recuperadas pela repercussão da notícia de seu divórcio, que tinham sido perdidas depois de sua participação na CPI).

A dimensão de sua influência ficou ainda mais evidente no dia 13 de maio de 2025, quando a transmissão online de seu depoimento na CPI das Bets contou com mais de 1 milhão de espectadores simultâneos. Na ocasião, Virgínia respondeu, entre sorrisos largos, uma série de perguntas sobre contratos, responsabilidade com os seguidores e a continuidade de parcerias publicitárias com plataformas de jogos de azar. A convocada afirmou, ainda, não ter tomado conhecimento de impactos graves que tenham atingido os apostadores, nem tampouco ter o poder de socorrer seguidores que enfrentam problemas financeiros por causa das apostas. Segundo ela, seus seguidores já estão devidamente assegurados, já que "Eu sempre deixo muito claro que é um jogo,

que pode ganhar e pode perder. (...) Se possuir qualquer tipo de vício, o recomendado é não entrar. E para jogar com responsabilidade". Quando questionada sobre arrependimentos, Virgínia afirmou que não os carrega. Em tempo, apesar de ter usado seu direito ao silêncio quando questionada sobre o quanto ganhou em publicidades para as bets, ao chegar da CPI, com a audiência aquecida, não deixou passar a oportunidade de divulgar uma promoção relâmpago de seus produtos.

A estratégia de comunicação da influenciadora, exemplificada pela fala viral "#MeMimei" em 2025 (associada à exibição de bolsa avaliada em meio milhão de reais e que gerou mais de 70 mil publicações com a hashtag), contribui para a construção de uma narrativa de ascensão e sucesso material. Paralelamente, em seus stories, Virgínia Fonseca constrói uma rotina familiar e empreendedora, com destaque para a participação de seus três filhos no conteúdo. Para seus seguidores, especialmente aqueles cientes de sua origem mais simples, essas conquistas podem ser percebidas como a materialização da esperança de superação social e financeira. Nesse contexto, a demonstração de uso e supostos ganhos em plataformas de aposta pela própria influenciadora pode atuar como um fator de credibilidade e incentivo ao uso para a audiência.

A análise da atuação de Virgínia Fonseca revela como a ideologia da meritocracia se manifesta e se retroalimenta num universo digital orquestrado pela era do capitalismo de vigilância. Sua narrativa de superação, aliada à exibição de um estilo de vida de ostentação, cria uma ilusão de mobilidade social rápida e acessível, distorcendo a complexidade das desigualdades estruturais.

Considerações finais

Apesar dos avanços na criação de um arcabouço legal para a proteção do jogador, bem como a discussão trazida pela CPI das Bets, que jogou luz à situação, as duplicidades e lacunas na aplicação das normas ainda são

evidentes, carecendo de concretização efetiva. No final das contas, enquanto a regulamentação necessária para proteger os usuários avança a passos lentos e com desafios na implementação, a epidemia do vício, como apoiada nas costas de um tigre feroz, corre furtivamente, deixando marcas profundas nas famílias dos apostadores que apresentam semelhanças no tocante à vulnerabilidade social.

Diante desse cenário, os dados apresentados confirmam que esse não é um fenômeno isolado ou restrito a comportamentos individuais irresponsáveis. Nesse cenário de vulnerabilidade e esperança fragilizada, a atuação dos influenciadores digitais emerge como um pilar central da "economia da atenção" e do capitalismo de vigilância. A análise do caso de Virgínia Fonseca é emblemática. Sua história de origem humilde, habilmente transformada em uma narrativa de "herói que venceu" e exibida por meio de um estilo de vida de ostentação e conquistas materiais, ressoa profundamente com um público que anseia por mobilidade social. A aparente proximidade e a demonstração de supostos ganhos em jogos por parte da influenciadora se tornam um poderoso fator de credibilidade e incentivo. A percepção de que "se ela conseguiu, eu também posso" é a isca perfeita para fazer cair nas garras do *Tigrinho* aqueles que, como a "Gambling Persona" Raíssa Silva, buscam um atalho para a superação financeira.

Referências

ARAUJO, Jessé Souza. A ralé brasileira: quem é e como vive. Belo Horizonte: UFMG, 2009.

DELLA BARBA, Mariana. Vício em jogo cresce no Brasil e pode até levar à falência. Terra, [S. l.], 23 abr. 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/vicio-em-jogo-cresce-no-brasil-e-pode-ate-levar-a-falencia,a410b2519a57e88ec9af93880ac10867bj5md2mu.html>. Acesso em: 22 jun. 2025.

[S.a.]. CPI das Bets: entenda o caso que levou a influenciadora Virgínia a depor no Congresso. Investalk BB, [S. l.], 10 mai. 2025. Disponível em: <https://investalk.bb.com.br/noticias/mercado/cpi-das-bets-entenda-o-caso-que-levou-a-influenciadora-virginia-a-depor-no-congresso>. Acesso em: 22 jun. 2025.

PARENTE, André. Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.

ZUBOFF, Shoshana. A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.